

La Apología de Sócrates como Teoría del Rumor

Román García. Oviedo

1.- Introducción.

Los jefes más destacados del partido de Trasibulo habían acordado en el momento de hacerse con el poder, tras la tiranía de los Treinta Tiranos en el -404, no guardar rencor por los hechos del pasado que podían desencadenar nuevos enfrentamientos entre los ciudadanos e incluso entre los miembros de la misma familia ⁽¹⁾, aunque años más tarde parecieron olvidar estos pactos de reconciliación y de la ley de Arquino ⁽²⁾, y pasaron a exigir responsabilidades y acusar a distintos ciudadanos para sacar provecho personal con ello ⁽³⁾. Platón se va a enfrentar de esta forma en la **Apología** a uno de los enigmas más importantes y poco atendidos teóricamente de la comunicación: *el rumor* ⁽⁴⁾. Sócrates es acusado de

¹.- Como puede desprenderse del discurso de Lisias contra Agorato (LÍSIAS.: **Discursos**, XIII 1-3).

².- Concedía esta ley a los sicofantes y delatores del período oligárquico una **paragraphh'** o excepción para impugnar la legalidad de todo proceso que se les entablara en contra de los juramentos de reconciliación (ISOCRATES.: **Discurso contra Calímaco**. XVIII, 2.).

³.- Pude verse claramente esta acusación en la defensa que Lisias escribe en el discurso XXV cuando dice: "Pero me extraña en los acusadores el que con descuido de sus asuntos propios se cuiden de los ajenos, y el que, aun conociendo exactamente a quienes no han cometido desafuero alguno y a los responsables de muchos delitos, traten de medrar o de convencerlos a tener el mismo concepto de todos nosotros." Cf. LISIAS.: XXV, 1 4-2 1.

⁴.- Cf.: KAPFERER, Jean-Nöel.: **Rumeurs**, Paris, Editions du Seuil, 1987. Trad., esp., **Rumores**. Barcelona, Plaza y Janés, 1989; A pesar de que posiblemente el rumor sea tan antiguo como las primeras colectividades humanas, uno de los primeros estudios que se realizaron sobre el rumor es el de: JUNG, C.: "Ein Betrag zur Psychologie des Gerüchtes", Zentralblatt für Psychoanalyse, 1 (1910) 81-90; aunque se pueden establecer algunos antecedentes de estudios anteriores cf.: LECUYER, B.-P.: "Une quasi-expérimentation sur les rumeurs au XVIII siècle: l'enquête proto -scientifique du contrôleur général Orry (1745)", en Science et Théorie de l'opinion publique. Hommage à Jean Stoerzel. Paris, Éditions Fetz, Biblioteca del Celp, 1981, 170-187. Los orígenes del estudio del rumor están ligados a estudios psicológicos, será a partir de la segunda guerra mundial y por el efecto de los rumores en la guerra cuando se desarrolle el estudio sobre el mismo y otras disciplinas se preocupen de abordarlo. Cronológicamente los estudios más importantes serían: KANAPP, R.: "A Psychology of Rumor", Public Opinion Quarterly, VIII, 1 (1944) 22-37. ALLPORT, G.W. /POSTMAN, L.: "Wartime Rumors of Waste and Special Privilege: Why Some People Believe Them", Journal of Abnormal and Social Psychology, 40 (1945) 68-69. ALLPORT, F.H. /LEPKIN, M.: "An Analysis of Rumor", Public Opinion Quarterly, 10 (1946-1947) 501-517. ALLPORT, F.H. /LEPKIN, M.: The Psychology of Rumor. New York, Henry Holt, 1947. CAPLOW, T.: "Rumors in War", Social Forces, 25 (1947) 298-302. FESTINGER, L. /CARTWRIGTH, D.: "A Study of a Rumor: Its Origin and Spread", Human Relations, 1 (1948) 464-485. DURANDIN, G.: "Les rumeurs, polycopié universitaire", Leçons de psychologie sociale, Paris, 1950. PETERSON, W. /GIST, N.: "Rumor and Public Opinion", American Journal of Sociology, 57 (1951) 159-167. ROSE, A.: "Rumors on the Stock Market", Public Opinion Quarterly, 15 (1951) 461-486. BAUER, R.A. /GLEICHER, D.B.: "Word of Mouth Communication in the Soviet Union", Public Opinion Quarterly, 17 (1953) 297-310. DUHAMEL, J.: "La théorie mathématique des épidémies et des rumeurs", La Presse médicale, 63, 34 (1955) 717-718. SCHACHTER, S. /BURDICK, H.: "A Field Experiment on rumor

Transmission and Distortion”, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 50 (1955) 363-371. DEFLEUR, M.: “Mass Communication and the Study of Rumor”, *Sociological Inquiry*, 32 (1962) 51-70. DICHTER, E.: “How Word of Mouth Advertising Works”, *Harvard Business Review*, 44 (1966) 147-166. SHIBUTANI, T.: **Improvised News: A Sociological Study of Rumor**. Indianápolis, Bobbs Merrill, 1966. ARNDT, J. : **Word of Mouth Advertising**. New York, Advertising Research Foundation, 1967. MORIN, E. : **La Rumeur d’Orléans ss.** París, Éditions de Seuil, 1969. BIEDER, J.: “De l’homme de Kiev à la femme d’Amiens”, *Annales médico-psychologiques*, 1 (1970) 771-775. ROSEN, S. /TESSER, A.: “On Reluctance to Communicate Undesirable Information: The Mum Effect”, *Sociometry*, 33 (1970) 253-263. PICHEVIN, M. y otros ss.: “Une approche du biais d’équilibre par la technique de la rumeur”, *Cahiers de psychologie*, XIV, 3 (1971) 219-231. OJKA, A.B.: “Rumour Research: An Overview”, *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*, X, 2-3 (1973) 56-64. PONTING, J.: “Rumor Control Centers: Their Emergence and Operations”, *American Behavioral Scientist*, XVI, 3 (1973) 391-401. ROSSIGNOL, C.: “Le phénomène de la rumeur”, *Psychologie française*, XVIII, 1 (1973) 23-40. BENSANEL, J.G.: “Should You Pounce on a Poisonous Rumour”, *International Management*, 29 (1974) 25-26. DAVIS, K.: “Cut Those Rumors Down to Size”, *Supervisory Management*, 20 (1975) 2-6. KNOFF, T.: “Beating Rumors: Evaluation of Rumor Centers”, *Policy Analysis*, I, 4 (1975) 599-612. LONDON, I.D. /LONDON, M.B.: “Rumor as a Footnote to Chinese National Character”, *Psychological Reports*, XXXVII, 2 (1975) 343-349. ROUQUETTE, M.L. : **Les Rumeurs ss.** París, PUF, 1975. McSWEENEY, J.P.: “Rumors: Enemy of Company Morale and Community Relations”, *Personnel Journal*, 55 (1976) 435-436. MURPHY, R.: “Rumors, Race and Riots”, *Contemporary Sociology*, V, 2 (1976) 199-200. ROSNOW, R.L. /FINE, G.A.: **Rumor and Gossip: the Social Psychology of Hearsay**. New York, Elsevier, 1976. HOLMES, J. /LETT, J.: “Product Sampling and Word of Mouth”, *Journal of Advertising Research*, XVII, 5 (1977) 35-45. UKPA, N.: “Rumors of Mass Poisoning in Biafra”, *Public Opinion Quarterly*, XLI, 3 (1977) 332-346. GRITTI, J.: **Elle court, elle court la rumeur**. Ottawa, Stanké, 1978. ROUQUETTE, M.L. : **Les phénomènes de rumeur ss.** Tesis doctoral. Universidad de Provenza, 1979. ROWAN, R.: “Where Did That Rumor Come From?”, *Fortune*, 100 (1979) 130-131. CARITEY, J.: “Rumeur et politique”, *La Revue administrative*, 195 (1980) 250-252. JAEGER, M. /ROSNOW, R.-L.: “Who Hears What from Whom and With What Effect: A Study of Rumor”, *Personality and Social Psychology Bulletin*, VI, 3 (1980) 473-478. ROSNOW, R.L.: “Psychology of Rumor Reconsidered”, *Psychological Bulletin*, LXXXVII, 3 (1980) 578-591. STEIN, H.-F.: “Wars and Rumors of Wars: A Psychohistorical Study of a Medical Culture”, *Journal of Psychohistory*, VII, 4 (1980) 379-401. LEVY, R.: “Tilting at the Rumor Mill”, *Dun’s Review*, 118 (1981) 52-54. NICOLAS, J.: “La rumeur de Paris: raptus d’enfants en 1750”, *L’Histoire*, 40 (1981) 48-57. ROUX, E.: “Le bouche-à-oreille: comment intégrer l’influence des leaders d’opinion à la stratégie de communication de l’entreprise”, XXI Journées d’études de l’Institut de recherches et d’études publicitaires. París, mayo (1981) 163-195. ANONIMO.. Procter and Gamble Rumor Blitz Looks Like a Bomb”, *Advertising Age*, 53 (1982), p.68-69; ALTER, J.: “Procter and Gamble Sues Over Satanism”, *Advertising Age*, 53 (1982) 1. DEUTSCH, E.: “Anatomie d’un rumeur abortée”, *Le Genre humain*, 5 (1982) 99-114. FLEM, L.: “Bouche bavarde et oreille curieuse”, *Le Genre humain*, 5 (1982) 11-18. KAPLAN, S. : **Le complot de famine: histoire d’une rumeur au XVIII siècle**. París, Armand Colin, 1982. LACOUTURA, J.: “Bruit et Vérité”, *Le Genre humain*, 5 (1982) 19-29. AMBROSINI, P.J.: “Clinical Assessment of Group and Defensive Aspects of Rumor”, *International Journal of Group Psychotherapy*, 33 (1983) 69-83. DELANEY, W.: “The Secretarial Grapevine”, *Supervisory Management*, 28 (1983) 31-34. ESPOSITO, J.-L. /ROSNOW, R.: “Corporate Rumors: How They Start and How to Stop Them”, *Management Review*, 72 (1983) 44-49. RICHINS, M.L.: “Negative Word of Mouth by Dissatisfied Consumers: A Pilot Study”, *Journal of Marketing*, XLVII, 1 (1983) 68-78. LÉPRONT, C.: **Une Rumeur**. París, Gallimard, 1984. MOULINS, J.-L. /ROUX, E.: “Bouche-à-oreille et publicité média”, en *La Publicité, nerf de la communication*. París, les Éditions d’organisation, 1984, pp.155-173. SHERKOVIN, Y. /NAZARETYAN, A.: “Rumors as a Social Phenomenon and as an Instrument of Psychological Warfare”, *Psikhologicheskii Zhurnal*, V, 5 (1984) 41-51. CIRIC, P.: **Les rumeurs financières: les commodities markets**, Memoria dirigida por Kapferer, HEC 3, Jouy-en-Josas, 1985. GUILLET, P. /BRETXA, M.: **Rumeurs de Bourse**, Memoria dirigida por Kapferer, HEC 3, Jouy-en-Josas, 1985. KAPFERER, J.-N.: “La rumeur de Villejuif: un cas de rumeur de la consommation”, *Revue française de gestion*, 51 (1985) 87-93. KAPFERER, J.-N.: “Une rumeur de poison chez les Français”, *Communications: Journal européen de la communication*, 1 (1985) 111-119. MYON, J.-C.: “La rumeur et la vie interne de l’entreprise: étude de cas”, Memoria dirigida por Kapferer, HEC 2, Jouy-en-Josas, 1985. SAUVY, A.: **De la rumeur à l’histoire**. París, Dunod, 1985.

corromper a los jóvenes y no creer en los dioses en los que la ciudad cree, introduciendo otras divinidades ⁽⁵⁾ y, por ello, es condenado a muerte. Esa acusación se basa en un rumor extendido por Atenas. Platón debe establecer una estrategia que le permita recuperar la memoria de Sócrates. No se puede limitar a reivindicar la memoria de su maestro, sino que debe atacar una imagen que, según nos transmite él mismo, se encontraba muy extendida y que a todas luces la propia condena a muerte serviría como una confirmación de las ideas preconcebidas de la población ateniense de la época:

"En conjunto no es difícil de comprender todo esto. Aristófanes sabía bastante del Sócrates de -423 como para dibujarlo con una serie de rasgos acordes con la realidad. Pero, por otra parte, lo incluía sin el menor escrúpulo en su ataque contra la sofística. Podía hacerlo porque, sin las distinciones que hoy nos parecen naturales, Sócrates se presentaba y debía presentarse para el ateniense de aquel tiempo simplemente como el portador de un sospechoso elemento nuevo, de un modo de pensar que todo lo ponía en tela de juicio. Cuestión que no podemos dilucidar es hasta que punto participaba Aristófanes del pensamiento de la mayoría o si sólo lo ponía al servicio de sus propósitos...." ⁽⁶⁾.

Platón pretende, a su vez, crear una nueva imagen, rehabilitando la figura de su maestro ⁽⁷⁾ y dotándole de la inmortalidad que podemos ver justificada en el **Fedón**. Ya Roland Barthes, poco sospechoso de tentaciones nigrománticas, se refirió en 1964 a la imagen como una forma de *resurrección* de los objetos ⁽⁸⁾.

Podemos considerar que Sócrates se presentaba a la imagen de los atenienses del siglo -V y a la nuestra propia, si no estuviéramos influenciados por la proyectada por Platón, como un sofista. Para la mayor parte de los ciudadanos que no eran doctos en filosofía existía poca

KAPFERER, J.-N.: "Une rumeur de la publicité: la publicité subliminale", Revue française du marketing, 110 (1986).

⁵.- Cf., **Apología**, 24 b y **Eutifrón**, 2 a-2 e. En **Apología** 19 b 4-c 1, Platón formula la acusación de la siguiente manera: "Sócrates comete delito y se mete en lo que no debe al investigar las cosas subterráneas y celestes, al hacer más fuerte el argumento más débil y al enseñar estas mismas cosas a otros"

⁶.- LESKY, Albin.: **Geschichte der Griechischen Literatur**, 2ªed. Berna 1963. Trad., esp. **Historia de la Literatura Griega**. Madrid, Gredos, 1968 p. 464.

⁷.- Esta actividad no solamente es propia de Platón y los denominados socráticos, podemos encontrarla en otros profesionales como Lisias quien en el discurso XXV hace una "apología" en un proceso por el derrocamiento del régimen democrático, [d»mou katal úsewj] φπολογ..α, que podríamos considerar parecida a la **Apología** platónica, con un estilo bastante diferente pero con unas intenciones parecidas. Cf. LISIAS: **Discursos**. Madrid, CSIC, 1986, 2vol.

⁸.- BARTHES, R.: "Rethorique de l'image", Communications, 4 (1964) 40-51. p. 40 .Citado por GUBERN, Román.: **La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea** México, Gili, 1992, 2ªed., p.63, (Barcelona, 1987).

diferencia entre aquellos que se dedicaban a enseñar retórica y artes por dinero y Sócrates, quien se dedicaba a actividades parecidas en el "ágora", con los jóvenes pudientes y desocupados de la ciudad. Un claro ejemplo de esta confusión es la que comete Aristófanes en **Las Nubes** cuando presenta la caricatura de nuestro filósofo. Para los atenienses, se asimilaba a un sofista más y ello le hacía ser uno de los responsables de la disgregación política y cultural de Atenas. Debemos tener en cuenta que gran parte de las características bajo las que consideramos hoy a los sofistas (enseñar artes liberales, cobrar,...) son las mismas que nos ha transmitido Platón, aunque para los ciudadanos atenienses de finales del siglo V no debían estar tan claras. Y la diferencia esencial que consiste en considerar a Sócrates el maestro de verdad y a los Sofistas los falsificadores es simplemente la propaganda diseñada y perpetrada por Platón a lo largo de su obra y especialmente en la **Apología**. Pero en el -399 en la figura de Sócrates se van a personalizar las antipatías que la población había ido larvando frente a las frustraciones políticas sucesivas:

"En el proceso de Sócrates se juzgó y condenó a un hombre concreto. Pero se le condenó porque se creyó ver en él, equivocadamente, una figura representativa de la sofística, movimiento intelectual dominante sobre todo en el último tercio del siglo V. Cada uno de los términos de la acusación y todos ellos juntos habrían tenido poco valor, si los atenienses no hubieran visto en todo ello no a un conciudadano equivocado sino las ideas disgregadoras que arruinarían, y en parte ya habían arruinado, según ellos la fuerte contextura política y social con que Atenas había vivido tantos años." (9).

Además de esta confusión con los sofistas, los nuevos demócratas van a ver en Sócrates uno de los inspiradores del Gobierno pro espartano de los Treinta Tiranos. No sólo algunos de los artífices de la tiranía eran discípulos de Sócrates, sino que fueron destacados miembros de ese Gobierno. Por otra parte Sócrates participaba comúnmente en conversaciones y fiestas con las clases pudientes, especialmente terratenientes y comerciantes, como queda claramente demostrado a través de los diálogos, que eran las que disponían de tiempo para dedicarse a especular y fundamentalmente eran las que continuamente se encontraban conspirando contra la democracia radical ateniense.

La labor platónica ante esta situación salta a la vista a tenor de los resultados veinte siglos después: habitualmente se distingue a "Sócrates" de

⁹ .- PLATÓN.: **Apología**, Introducción y notas de J. CALONGE en **Diálogos**. Madrid, Gredos, 1985 2ªreimp., p. 139. La Apología corresponde a las pp. 148-186.

la tradición sofística, e incluso, ha quedado minimizada la influencia socrática en otros movimientos filosóficos posteriores, de los cuales Sócrates parece que podría haber sido responsable. Sin embargo, resaltar estos elementos ha quedado para investigaciones eruditas que no trascienden al gran público y a la mayoría de los especialistas, a pesar de que hace ya decenios que Gomperz y otros pusieron de manifiesto el valor positivo de las doctrinas sofistas y que Henrich Maier desmitificó la figura de Sócrates. Sin embargo, todavía en la actualidad cualquier intento de separar la figura de Sócrates del personaje "Sócrates" es una empresa baldía, dado que es imposible separarlo de la versión platónica ⁽¹⁰⁾.

Sin embargo, en la época de Sócrates, las cosas eran muy distintas. Sócrates es condenado por un tribunal compuesto por personas que no tenían ningún litigio privado contra él, que se dejaron llevar por las impresiones generales que sacaron por los rumores y presunciones, que es lo único que se puede tener en cuenta ante un juicio por "*impiedad*" y "*corrupción de la juventud*", pues, como se puede entender fácilmente sin falta de una gran erudición en el tema, son campos donde los hechos tienen un marcado carácter ideológico y son de difícil justificación, por mucha importancia que se le pueda dar a este tipo de acusaciones en épocas determinadas, como ocurría en los tiempos de Sócrates.

2.- La Apología como teoría del rumor.

La acusación contra Sócrates fue presentada por Meleto y a ella se suscribieron Anito y Licón ⁽¹¹⁾, si bien parece que el inspirador de la trama fue Anito ⁽¹²⁾.

En la obra solamente se recoge la intervención de "Sócrates" no exponiendo la de sus acusadores. La estrategia de "Sócrates" será descubrir y rebatir los mecanismos que utilizan sus acusadores para condenarlo a muerte. Todo el diálogo está escrito desde la asunción de la pena, por parte del personaje. En ese sentido, nos recuerda la obra de Gabriel García Márquez: **Crónica de una muerte anunciada**, dado que el suceso es conocido y aparece como inevitable a lo largo de toda la narración. Así,

¹⁰ .- Cf. TAYLOR, A.E.: **Sócrates**. London, Peter Davies, 1932. Trd., española: **El pensamiento de Sócrates**. México, F.C.E., 1975, 2ªreimp.

¹¹ .- Meleto es un poeta poco conocido. Anito es un político acomodado y Licón era orador, ridiculizado por los poetas griegos.

¹² .- Cf. CALONGE, J.: "Introducción" a la **Apología**. Madrid, Gredos, 1985 (1981, 1982) p. 141, n.3.

ésta aparece "cerrada" y el papel del lector se limita a enterarse o comprender los detalles que llevaron al desenlace. No queremos decir con esto que otras narraciones estén realmente "abiertas", sino que lo parecen en la medida del desconocimiento que el lector tiene del desenlace. De esta forma, la sentencia ya es conocida o aceptada por parte de "Sócrates" desde el principio de la obra (13). Pero no debemos olvidar que esto es un recurso literario y que todos los personajes están escritos por el autor, en este sentido, tan personaje, tan platónico como "Sócrates" es Anito.

"Sócrates" va a iniciar el discurso tratando de oponer retórica vacía a verdad, y en esa línea niega una premisa que supuestamente ha expresado la acusación: que "Sócrates" sea "*hábil para hablar*":

"De las muchas mentiras que han urdido, una me causó especial extrañeza, aquella en la que decían que teníais que precaveos de ser engañados por mí porque, dicen ellos, soy hábil para hablar." (14).

Resulta extraño que Platón comience por poner en duda esta afirmación, cuando, aún pensando que Sócrates no fuese un gran orador, debía tener la suficiente facilidad de palabra como para que todos estuviesen prevenidos de su oratoria. Esto, junto con otras frases, está destinado a desacreditar a sus oponentes mediante giros retóricos, dentro de la oposición retórica-verdad que utiliza, desacreditando lo más posible a la primera, señalando, incluso, que la retórica es cosa de jóvenes principiantes (15). "Sócrates" intenta devaluar el discurso de Meleto, quien parece que fue el encargado de realizar la acusación:

"No sé, atenienses, la sensación que habéis experimentado por las palabras de mis acusadores. Ciertamente bajo ese efecto, incluso yo mismo he estado a punto de no reconocerme; tan persuasivamente hablaban." (16).

"Sócrates" reconoce la oratoria de sus contrincantes, por ello va, precisamente, a centrar su objeción en desacreditar la retórica: sus denunciadores son tan persuasivos que son capaces de convencernos aún cuando no nos reconocemos en sus palabras. Para reforzar esta idea, "Sócrates" señala una de las falsedades que el auditorio, primero podría comprobar en cuanto estaban presentes durante el discurso de Meleto.

13.- En estos elementos es en lo que se basan STONE y POPPER para acusar a Sócrates de "*iluminado*".

14.- PLATÓN.: **Apología**, 17 a 4-b 1.

15.- PLATÓN.: **Apología**, 17 c.

16.- PLATÓN.: **Apología**, 17 a 1-3.

Sus acusadores han prevenido al auditorio de la destreza de "Sócrates" para hablar. Una de las acusaciones es la de "*hacer más fuerte el argumento más débil*" (17). "Sócrates" va a negar esa afirmación para poder separarse de la confusión con los sofistas, primero distinguiendo entre retórica y verdad. "Sócrates" no es hábil hablando, dice la verdad, y es ahí donde radica la fuerza de su oratoria:

"... si no es que acaso éstos llaman hábil para hablar al que dice la verdad."
(18).

Segundo incidiendo repetidamente en las diferencias que los separan, aunque puede haber similitudes con los sofistas:

"Pues, si es eso lo que dicen, yo estaría de acuerdo con que soy orador, pero no al modo de ellos." (19).

Tercero, "Sócrates", se presenta asimismo como discurso verdadero, opone retórica a verdad, de ahí que cualquier fallo oratorio que cometa deba ser achacado a su intento de decir la verdad, y hace hincapié en que el tribunal solamente se fije en si dice cosas justas o no (20). Asimismo, "Sócrates" está haciendo una reivindicación del lenguaje ordinario frente al lenguaje jurídico:

"Además y muy seriamente, atenienses, os suplico y pido que si me oís hacer mi defensa con las mismas expresiones que acostumbro a usar, bien en el ágora, encima de las mesas de los cambistas, donde muchos de vosotros me habéis oído, bien en otras partes, que no os cause extrañeza, ni protestéis por ello." (21).

En definitiva podemos establecer dos estrategias en Platón de acuerdo a construir una imagen mediante un rumor: oponer retórica-verdad (identificando acusadores con la retórica y "Sócrates" con la verdad) y minimizar el poder argumentativo de "Sócrates". Con estos dos instrumentos Platón construye un rumor que llega a nosotros que consiste en la imagen de un "Sócrates" inocente condenado por los engaños retóricos de sus oponentes.

17.- PLATÓN.: **Apología**, 19 b-c

18.- PLATÓN.: **Apología**, 17 b.

19.- PLATÓN.: **Apología**, 17 b 5-6.

20.- PLATÓN.: **Apología**, 17 c y 18 a.

21.- PLATÓN.: **Apología**, 17 c 6-d 1.

5.2.1.- Primeros acusadores y segundos acusadores.

Más interesante para la teoría del rumor que la estrategia contra los sofistas de Platón, resulta una distinción que realiza en la **Apología** ⁽²²⁾, entre "*primeros acusadores*" y "*segundos acusadores*":

"Ciertamente, atenienses, es justo que yo me defienda, en primer lugar, frente a las primeras acusaciones falsas contra mí y a los primeros acusadores; después, frente a las últimas, y a los últimos." ⁽²³⁾.

"Sócrates" establece una distinción entre los acusadores primeros y los segundos (Meleto, Anito y Licon), diciendo que teme más a los primeros que "*a Anito y los suyos*" ⁽²⁴⁾. Ello nos lleva a pensar que no trata primeramente las acusaciones de aquellos que durante años han estado difamándolo y extendiendo rumores sobre él, por una cuestión cronológica ⁽²⁵⁾, sino que se trata de una cuestión central. La cristalización de la demanda presentada por Meleto, se debe, precisamente, a estos primeros acusadores. Sin los rumores que se encontraban previamente extendidos por Atenas, Anito no podría haber incitado a Meleto a presentar una querrela, ni éste hubiera podido formalizarla.

"Sócrates" se va a encargar primero de analizar cómo se ha formado esa imagen que tienen los atenienses sobre él. Para ello tiene que analizar los mecanismos del rumor, pues los que han extendido esa fama y hecho creer a todos que los que se dedican a investigar las cosas que investiga "Sócrates" no creen en los dioses, son los acusadores más importantes ⁽²⁶⁾.

Para situar la obra platónica en el contexto que estamos tratando vamos a ver las características que tiene un rumor y si estas se pueden aplicar a la **Apología**.

22.- PLATÓN.: **Apología**, 18 a 6 y ss.

23.- PLATÓN.: **Apología**, 18 a 7-b 1.

24.- PLATÓN.: **Apología**, 18 b.

25.- PLATÓN.: **Apología**, Introducción y notas de J. CALONGE en **Diálogos**. Madrid, Gredos, 1985 2ªreimp., p. 149, n.1. Sostiene que Sócrates se basa en una cuestión cronológica para hablar primero de estos. Sin embargo ello no es correcto, pues cuando Sócrates justifica su exposición lo hace dando dos razones y no una como recoge la nota: "Pues también vosotros les habéis oído acusarme anteriormente y mucho más que a estos últimos" (**Apología** 18 e).

26.- PLATÓN.: **Apología**, 18 c.

5.2.2.- Características del rumor.

¿Qué características tiene un rumor? ¿Cómo funciona? Y ¿Cómo se crea?. Dejaremos para más adelante la función y el origen del rumor, pero nos detendremos ahora en sus características, que podemos ver descritas perfectamente por Platón:

"En efecto, estos acusadores son muchos y me han acusado durante ya muchos años, y además hablaban ante vosotros en la edad en la que más podíais darles crédito, porque algunos de vosotros erais niños o jóvenes y porque acusaban in absentia, sin defensor presente. Lo más absurdo de todo es que ni siquiera es posible conocer y decir sus nombres, si no es precisamente el de cierto comediógrafo. Los que, sirviéndose de la envidia y la tergiversación, trataban de persuadirnos y los que, convencidos ellos mismos, intentaban convencer a otros son los que me producen la mayor dificultad. En efecto, ni siquiera es posible subir aquí y poner en evidencia a ninguno de ellos, sino que es necesario que yo me defienda sin medios, como si combatiera sombras, y argumente sin que nadie me responda" (27).

De esta forma podemos señalar las características del rumor como (28):

- a.- Persistencia: son muchos.
- b.- Continuidad: me han acusado durante ya muchos años.
- c.- Anonimato: no es posible conocer y decir sus nombres.
- d.- Oportunidad: cuando más crédito se le puede dar.
- e.- No es posible la defensa.
- f.- Se sirve de la envidia
- g.- Tergiversa las apariencias.
- h.- Trata de ser convincente y que seamos transmisores.

Es evidente que algunas de estas características están interrelacionadas, de tal forma que una es consecuencia de la otra o la conlleva. Así, por ejemplo, *persistencia* y *continuidad* son dos elementos necesarios para *convencer* y para conseguir *hacernos transmisores*. Por otra parte, uno de los elementos por los que *no es posible la defensa* viene determinado por el *anonimato*, aunque no sea el único factor determinante.

a.- Persistencia:

27.- PLATÓN.: *Apología*, 18 c 4-d 7.

28.- Establecemos la siguiente tabla como una modificación de las características que señala Kapferer, relacionándolas con el pasaje transcrito de la *Apología*. Cf.: KAPFERER, Jean-Nöel.: *Rumeurs*, Paris, Editions du Seuil, 1987. Trad., esp., *Rumores*. Barcelona, Plaza y Janés, 1989.

Un rumor, para que sea efectivo, tiene que estar ampliamente difundido, por tanto, debe ser transmitido por muchas personas, que aunque no sean directamente las responsables del mismo, en la medida que le dan crédito, funcionan como amplificadoras del mismo. Esta característica refuerza otras, como puede ser el *anonimato* o que *no sea posible la defensa*, en la medida en que no se trata de desmentir a una persona.

b.- Continuidad:

Para que un rumor logre minar el prestigio de alguien o tener una amplia aceptación es necesario que tenga una continuidad. Si desaparece rápidamente, éste, tendrá el aspecto de difamación y por tanto será poco creíble. Si por el contrario, el rumor se propaga durante mucho tiempo gozará de un cierto carácter de verdad y cada acontecimiento que ocurra que pueda estar relacionado con el mismo lo reavivará, dándole mayor viso de certeza. Ante determinados acontecimientos se despiertan numerosos comentarios, pero si estos no persisten desaparecen y no llegan a alcanzar la categoría de rumores.

c.- Anonimato:

Una de las características más importantes del rumor es que no se conoce la fuente o inicio del mismo. El desconocimiento del origen del rumor garantiza la imposibilidad de una defensa. Si es conocido el emisor del rumor se le puede atacar mostrando sus intereses en que se propague o los motivos. Incluso, aunque no los tuviera, se podría buscar el desprestigio personal o inventar calumnias. En los EE.UU., donde existe la figura del jurado, una de las estrategias seguidas por la defensa contra los testimonios de los testigos consiste precisamente en desprestigiarlos bien por su vida privada o por sus costumbres. En cambio, cuando el acusador permanece en el anonimato no se le puede atacar, entre otras cosas, porque no se conocen sus debilidades (intereses, intenciones, ...).



Cartel de la Guerra Civil Española contra los rumores, denunciando las fuentes de los mismos.

d.- Oportunidad:

El rumor se extiende cuando encuentra un medio favorable, para ello necesita ser oportuno espacial y temporalmente, es decir, conectar con otros hechos o sucesos para así tener más crédito entre sus oyentes. El rumor juega con las suposiciones o contenidos previos de los usuarios.

e.- No es posible la defensa.

Al carecer de fuentes explícitas y funcionar por transmisión oral, es casi imposible la defensa e incluso ésta puede servir como impulsor del mismo: al no poder utilizar su mismo medio de transmisión no se llega a aquellos que le dan crédito. El rumor se forma sobre algo que no puede ser admitido abiertamente, la idea de secreto: es precisamente el secretismo el que justifica el rumor, se forja porque el sujeto o grupo no estaría dispuesto a admitir la acusación, es ello lo que hace imposible desmentirlo con una negación. Es necesario llegar a la esencia del rumor y desde el mismo rumor realizar su negación.

"...Descartes, sí, él mismo, había estado unos años antes en Alemania y los había buscado, pero su biógrafo dice que no los había encontrado porque, como ya sabemos, celaban su identidad bajo falsos nombres. Cuando regresa a París, después de que aparezcan los carteles, se entera de que todos le consideran rosacruz. Con los tiempos que corrían no era una buena reputación, y también le sentaba fatal a su amigo Mersenne, que ya estaba tronando contra los rosacruces, tachándoles de miserables, subversivos, magos, cabalistas, dedicados a difundir doctrinas perversas. ¿Y qué hace entonces Descartes?. Se exhibe por todas partes. Y puesto que todos le ven, y eso es innegable, es señal de que no es invisible, y por tanto no es rosacruz (29).

- Eso es método.

- Ya lo creo, porque con negarlo no bastaba. A esas alturas, si alguien se presentaba y decía buenas noches, soy un rosacruz, seguro que no lo era. El rosacruz que respeta no lo dice, Más aún , lo niega a voz en grito.

- Pero tampoco puede decirse que quien afirma que no es rosacruz lo sea, porque yo lo digo que no lo soy y no por ello lo soy.

- Pero el hecho de negarlo ya permite sospechar.

- No. Porque, ¿qué hace el rosacruz cuando ha comprendido que la gente no cree a quien dice serlo y sospecha de quien dice que no lo es?. Pues empieza a decir que lo es para que crean que no lo es (30)."

²⁹ .- Se refiere Eco a que habían aparecido unos carteles Rosacruces, en las paredes de París, en 1623, anunciando el traslado de los diputados del colegio principal de la confraternidad, tratándose de 36 hombres invisibles que tienen la capacidad de hacer invisibles a sus adeptos. ECO. U.: **El péndulo de Foucault**. 1989. Trad., española: **El péndulo de Foucault**. Barcelona, Lumen, 1989, pp.180.

³⁰ .- Id.

f.- Se sirve de la envidia

Utiliza todas las posibilidades de carácter psicológico y los motivos difícilmente explicitables por los sujetos que son sus transmisores, entre ellas la comparación y el autorreconocimiento ⁽³¹⁾.

g.- Tergiversa las apariencias.

Se trata de construir unas nuevas apariencias, entresacadas de las anteriores y de la tradición histórica. Para que un rumor tenga credibilidad no puede ser totalmente inventado o carecer de toda conexión con las creencias o acontecimientos ampliamente admitidos por la población a la que va dirigido. Por ello, debe tomar cosas de las creencias comunes de la gente, que parte de ellas puedan ser ratificadas por algún tipo de autoridad o simplemente que haga partidarios.

h.- Trata de ser convincente y que seamos transmisores.

En todo rumor es fundamental la transmisión a un gran número de oyentes, por ello el rumor debe ser verosímil, de tal forma que si no puede convencer cuente con otros factores que hagan que nos convirtamos en su medio de difusión, pues la forma de transmisión es el boca a boca, y para ello es necesario que alguno de sus elementos nos mueva a narrarlo.

5.2.3.- La acusación de "Sócrates" y un ejemplo de rumor actual.

Una vez delimitadas las características del rumor, pasa a establecer la acusación concreta, resumiéndola de tal forma que en la propia exposición parezca ridícula:

"<<Sócrates comete delito y se mete en lo que no debe al investigar las cosas subterráneas y celestes, al hacer más fuerte el argumento más débil y al enseñar estas mismas cosas a otros>>. Es así, poco más o menos." ⁽³²⁾.

Incluso la referencia a Aristófanes ⁽³³⁾, refuerza la idea de comedia que se pretende establecer para ridiculizar a sus acusadores.

³¹ .- Cf., FUKUYAMA, F.: **The end of History and the last man**. New York, 1992. Trad., española: **El fin de la historia y el último hombre**. Barcelona, Planeta, 1992.

³² .- PLATÓN.: **Apología**, 19 b-c 1.

³³ .- PLATÓN.: **Apología**, 19 c-d.

Sin embargo, el hecho de que un rumor sea ridículo no evita que siga extendiéndose. Pueden demostrarlo rumores mucho más cercanos en el tiempo, como el caso de la empresas "*Procter and Gamble*" en la década de los 80.

"*Procter and Gamble*", es el primer fabricante mundial de productos de limpieza y domésticos (Pampers, Ariel, Bonus, etc...). La empresa utilizaba como anagrama un círculo, dentro del cual aparecía una cabeza en forma de media luna creciente, representando un rostro de un dios mitológico al estilo de Júpiter, que mira a trece estrellas (en recuerdo de los primeros trece estados de la Unión). Un persistente rumor comenzó a extenderse desde 1978, que la empresa *Procter and Gamble* pertenecía a la Secta Moon, lo cual equivalía a decir que estaba participada por el diablo.

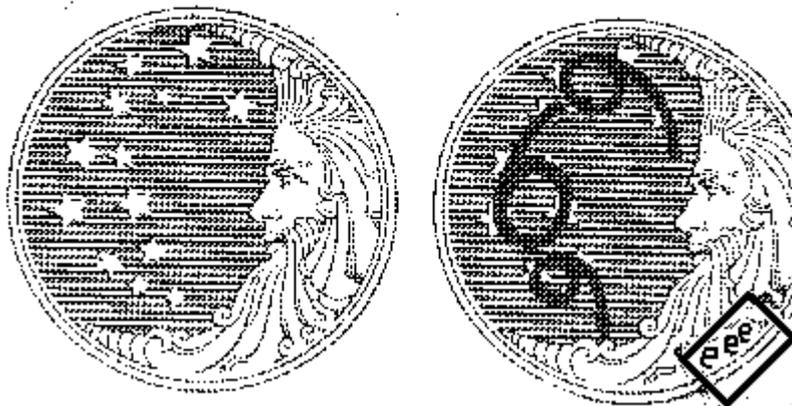
Primeramente se dijo que el logotipo en forma de luna era una clara alusión a la secta (34). Más tarde los rumores se centraron en que las estrellas componían tres seises, así como en la barba, los rizos formaban tres seises, es decir la cifra satánica del 666, según una interpretación de un verso del capítulo trece del **Libro de la Revelación**. Por lo tanto ya no cabría duda, se trataba, no de Júpiter, sino de un carnero, y por tanto, de Satanás mismo. En Abril de 1985, con la intención de poner fin a tan persistente rumor, que según los especialistas se había originado en las comunidades fundamentalistas del sur de los Estados Unidos, concretamente de la región de *Bible Belt* (zona de la Biblia), *Procter and Gamble* procedió a eliminar el logotipo del embalaje de sus productos. Sin embargo el anagrama había figurado en ellos desde la fundación de la sociedad, una de las más puritanas de los EE.UU., hacía más de un siglo (35).

34 .- Moon en Inglés significa luna.

35 .- Este rumor está tomado de KAPFERER, Jean-Nöel: **Rumeurs**, Paris, Editions du Seuil, 1987. Trad., esp., **Rumores**. Barcelona, Plaza y Janés, 1989, pp. 33-34. Cf., también: 'Procter and Gamble Rumor Blitz Looks Like a Bomb', *Advertising Age*, 53 (1982), p.68-69; ALTER, J.: "Procter and Gamble Sues Over Satanism", *Advertising Age*, 53 (1982) 1.

El objeto del rumor satánico

EL EMBLEMA DE PROCTER & GAMBLE



Volviendo a las características señaladas anteriormente podemos ver la estructura de este rumor:

a.- Persistencia:

El rumor se extiende entre las personas que utilizan esos productos y la empresa tiene que tomar medidas cuando el número de personas que le dan crédito hace peligrar las ventas. Se va intensificando y complejizándose con nuevas interpretaciones del símbolo. Primero la figura barbuda es una alusión a la luna, y esta a la secta Moon, segundo, se identifican tres seises en las estrellas y barba, para concluir que la imagen representada, que pretende ser Júpiter, es la del carnero y, por tanto, la del mismo diablo. La persistencia del rumor también tiene que ver con la posibilidad de nuevas interpretaciones de los fenómenos elegidos, dado que refuerzan el rumor existente y lo avivan. El procedimiento de refuerzo es más efectivo que simplemente la repetición, pues al ser ya conocido el rumor no se produce nuevamente la transmisión, sencillamente por que los posibles transmisores consideran que ya es conocido y por tanto carece de novedad.

c.- Anonimato:

El rumor no puede ser detectado y no se le puede buscar un responsable, pues si bien puede haber una persona o grupo que sea el promotor, este no figura o se hace responsable del mismo. En el caso del rumor que nos ocupa, la empresa gastó una cantidad importante de recursos para saber de donde había surgido el rumor. El mismo tenía su origen en las comunidades religiosas fundamentalistas del sur de los EE.UU.

b.- Continuidad:

El rumor comenzó a extenderse desde 1978 y duró hasta que la marca cambia el logotipo en Abril de 1985, manteniéndose constante mediante octavillas y propaganda anónima repartida periódicamente.

d.- Oportunidad:

El rumor se extiende cuando más crédito se le puede dar, al existir una preocupación generalizada por la proliferación de sectas satánicas y estar en el candelero la secta Moon.

e.- No es posible la defensa.

La empresa Procter and Gamble no puede defenderse contra esta acusación, pues cualquier empresa participada por el diablo no lo reconocería. Cualquier desmentido no tendría ninguna efectividad sobre el público que le había dado crédito. Tampoco sería posible una defensa, dado que decir que el logotipo tenía más de cien años y era emblema de la firma desde su fundación no desmiente que esté participada por la Secta Moon, dado que aunque la fundación de la Secta sea posterior, el diablo existe desde el principio de los tiempos.

f.- Se sirve de la envidia

Ni que decir tiene que el hecho de que se extendiese un rumor de este tipo sobre la primera marca de productos de limpieza tiene una repercusión inmediata en el alza de ventas de la competencia, pero tampoco debemos olvidar que uno de los "*argumentos*" que explican o refuerzan el rumor de la participación satánica en la empresa es su éxito en los negocios.

g.- Tergiversa las apariencias.

En primer lugar, el logotipo tenía forma de luna lo que coincidía con el nombre de la Secta. En segundo lugar, las estrellas podían ser el dibujo de tres seises, así como en la barba, los rizos formaban tres seises, lo cual coincide con el número bíblico del 666. En el caso del rumor aludido, está basado en la creencia irrefutable de la verdad de **La Biblia**, precepto sin el cual no se puede entender la acusación de que el símbolo "666" suponga que la empresa está "*participada por el diablo*". Por otra parte, es evidente

que no existe en el logotipo de la marca ningún "6", pero se establece una conexión o trayectoria con las figuras de las estrellas, la cara barbuda tiene forma de luna y los dos extremos acaban en cuerno, el logo tiene forma circular, ... Todo ello nos prepara para dar crédito a una interpretación tan descabellada como el rumor a que nos referimos.

h.- Trata de ser convincente y que seamos transmisores.

Todas las explicaciones y paralelismos que se establecen en el rumor están enfocados a alterarnos, de tal forma que seamos transmisores del mismo. El rumor no pretende convencer sino que seamos transmisores, aunque para ello tenga que ser convincente. El rumor como construcción operativa trata de establecer una trayectoria entre una serie de hechos, interpretaciones o palabras, de tal forma que aún en el caso de que no la creamos podamos ser transmisores de él. Una estrategia es la credibilidad, pero no debemos olvidar que no es la única, si nosotros estamos convencidos lo contaremos a nuestros vecinos y amigos. Recordemos que el rumor se había generado en una pequeña región del Sur de los EE.UU. y rápidamente se había difundido por todo el país.

5.2.4. Aplicación de la teoría del rumor a la Apología.

"Sócrates" se enfrenta en la **Apología** con los mecanismos de formación, los motivos por los que se crean y cómo se transmiten los rumores. Así mismo va a plantear las estrategias para neutralizarlos, señalando los mecanismos de lucha contra el rumor: la información ⁽³⁶⁾.

Platón va a establecer tres pasos en el análisis del rumor:

a.- Primer paso: admitir el rumor y tratar de abrir posibilidades.

El rumor supone establecer operativamente una trayectoria en la línea de interpretación de unos acontecimientos. Un rumor toma determinados elementos que no significan nada por sí mismos, los combina de determinada manera y oculta o silencia otros, y forma una trayectoria, un $\rho\epsilon\lambda\theta\omicron\upsilon\lambda\omicron\sigma$ estableciendo un determinado carácter. La "tradición" o $\tau\omicron\lambda\omicron\upsilon\sigma$ es la trayectoria o $\rho\epsilon\lambda\theta\omicron\upsilon\lambda\omicron\sigma$ que convierte en $\alpha\lambda\theta\omicron\upsilon\lambda\omicron\sigma$ el $\lambda\omicron\theta\omicron\sigma$ de un sujeto específico a un héroe. Cuando esto se

³⁶.- PLATÓN.: **Apología**, 19d-e.

produce, la forma de luchar contra el rumor es abrirlo, romper la interpretación única de los fenómenos. Es por ello que "Sócrates" pide a sus conciudadanos que se informen, que pregunten quién puede atestiguar que le ha visto y oído decir lo que se le acusa. Sin embargo el rumor será tan persistente que la única forma con la que Platón puede acabar definitivamente con él es con el mito de la muerte de "Sócrates" (37).

A su vez, "Sócrates" señala que existen unos ciudadanos que es público y notorio, que se dedican a *"investigar las cosas subterráneas y celestes, a hacer más fuerte el argumento más débil y a enseñar estas mismas cosas a otros"* (38) que son los sofistas que cobran por ello y está reconocido quiénes son, por ello, se plantea cual es el motivo para que se le juzgue a él, que dice que no enseña nada y no a ellos que dicen hacerlo (39). Su planteamiento consiste en desviar el rumor: el rumor es cierto pero está atribuido a una persona no adecuada.

37.- Tybout, Calder y Sternthal hicieron un experimento que ponía a prueba diversas estrategias para disminuir los efectos de los rumores, se invitó a una serie de alumnos a ver una serie televisiva antes de su estreno. Al igual que en Estados Unidos, el programa era interrumpido por la publicidad, proyectándose entonces un spot de "McDonald's", en ese momento una de las alumnas, cómplice del grupo que dirigía el experimento, comenta en voz alta a los estudiantes de la sala: *"Esta publicidad de 'McDonald's' me recuerda aquel rumor sobre los gusanos. Ya sabéis que parece que esa firma utiliza gusanos en la confección de sus hamburguesas"*. Los alumnos estaban divididos en cuatro grupos; el primero tras el comentario de la alumna cómplice, el profesor advertía que estaba prohibido hablar en la sala; el segundo tras el comentario, el profesor señalaba *"eso es mentira, semejante bulo cae por su propio peso; además, los gusanos son demasiado caros. ¡Cuestan veinte dólares el kilo!. Y el Ministerio de agricultura ha hecho un estudio y se ha comprobado que 'McDonald's' emplea un cien por ciento de carne de vaca. Y ahora callaos, por favor."*; el tercer grupo el profesor responde a la alumna *"Esto les parecerá divertido, pero la semana pasada fui a cenar con mi suegra a 'Paul', el famoso restaurante francés de Chicago, y probamos una excelente salsa hecha con una base de gusanos. Bien, y ahora a callar, por favor"*; en el cuarto, al final de la proyección, como en los otros tres grupos, se pasó un cuestionario de evaluación de la proyección y tres preguntas relacionadas con la comida "McDonald's" en este último grupo debían añadir donde se encontraba el establecimiento de la cadena al que solían ir, cuantas veces al año lo frecuentaban y si tenía terraza. En los dos primeros grupos, tanto en el que solamente se exponía el rumor, como en el segundo en el que el rumor era desmentido, las opiniones sobre las hamburguesas "McDonald's" eran iguales y claramente desfavorables, mientras que las opiniones del tercer grupo en el que se decía el rumor y posteriormente se disociaba y el cuarto en el que se realizaba una reasociación las opiniones favorables doblaban a los dos primeros. TYBOUT, A. /CALDER, B.-J. /STERNTHAL, B.: "Using Information Processing Theory to Design Marketing Strategies", *Journal of Marketing Research*, 18 (febrero, 1981) 73-79, Citado por KAPFERER, Jean-Noël.: *Rumeurs*, Paris, Editions du Seuil, 1987. Trad., esp., *Rumores*. Barcelona, Plaza y Janés, 1989, pp.248-249.

38.- Que ha definido como su acusación en *Apología* 19 b-c 1.

39.- PLATÓN.: *Apología*, 20 c-d.

b.- Segundo paso: ponerse al lado de la trayectoria que no cambia.

"Sócrates", para desenmascarar los motivos de los que le difaman va a utilizar un nuevo giro retórico: a Apolo. Apolo es la trayectoria por excelencia para convertir un logos en tradición, es la $\tau\epsilon\lambda\omicron\sigma$ auténtica. La raíz $\tau\alpha$ - es la empleada para el oráculo y portanto para los preceptos que éste da. No debemos olvidar que su acusación es de impiedad. "Sócrates" se dedica a su actividad por mandato del oráculo de Delfos ⁽⁴⁰⁾ y por tanto, del dios Apolo. Pero también utiliza al dios por que los dioses son las unicas trayectorias que no cambian. Así nos cuenta que Querefonte, había preguntado al oráculo de Delfos si había alguien más sabio que "Sócrates", a lo cual respondió la *Pitia* que nadie era más sabio ⁽⁴¹⁾. "Sócrates" va a justificar de esta forma su actividad. ¿A qué se refería el dios con que "Sócrates" era el más sabio, si él mismo era consciente de su ignorancia?. "Sócrates" es el más sabio de los hombres porque es consciente de su ignorancia, y ahí radica su sabiduría. Mientras, los demás hombres, se creen sabios mientras que son ignorantes. El delito de "Sócrates" es demostrar a los demás su ignorancia ⁽⁴²⁾ y esa es precisamente su sabiduría, la que le ha dicho el oráculo que posee. Ataca con esta posición el fundamento mismo de la acusación que es la de *introducir nuevos dioses y pervertir a la juventud*. Si no educa, la acusación es falsa. En cuanto al argumento, podríamos pensar que aquellos que realizan una determinada actividad, son conscientes de ella y que podrían explicarla mejor que los que no se dedican a ella. Sin embargo, "Sócrates" descubre que esto no es así:

"Pues bien, me resisto por vergüenza a deciros la verdad, atenienses. Sin embargo, hay que decirla. Por así decir, casi todos los presentes podrían hablar mejor que ellos sobre los poemas que ellos habían compuesto." ⁽⁴³⁾.

40 .- PLATÓN.: *Apología*, 20 e.

41 .- PLATÓN.: *Apología*, 21 a.

42 .- PLATÓN.: *Apología*, 21 c-e.

43 .- PLATÓN.: *Apología*, 22 b.

c.- Tercer paso: demostrar el error.

Esta actividad la realiza "Sócrates" con todos los especialistas en algún saber. Demostrando que los que se creen sabios, no lo son en verdad. Esta actividad socrática le ha costado cierta fama de sabio pues aquellos a quienes demuestra que no lo son piensan que "Sócrates" es más sabio que ellos y esto le ha ocasionado grandes enemistades de todos aquellos que se sienten heridos en su orgullo. "Sócrates" está intentando encontrar los orígenes del rumor y la forma de transmisión del mismo.

Es esta la fuente de los *acusadores primeros*:

"A causa de esta investigación, atenienses, me he creado muchas enemistades, muy duras y pesadas, de tal modo que de ellas han surgido muchas tergiversaciones y el renombre éste de que soy sabio." (44)

Así mismo, el mecanismo usado por aquellos que no comprenden la actividad de "Sócrates" es la generalización e inclusión en los temas o ideas comunes del vulgo:

“Cuando alguien les pregunta qué hace y qué enseña, no pueden decir nada, lo ignoran; pero para no dar la impresión de que están confusos, dicen lo que es usual contra todos los que filosofan, es decir: <Las cosas del cielo y lo que está bajo la tierra>, <no creer en los dioses> y <hacer más fuerte el argumento más débil>” (45).

d.- Cuarto paso: utilización del método dialéctico.

Seguidamente, "Sócrates" pasa a defenderse contra los acusadores reales (Meleto, Anito y Licon), interrogando al primero de ellos, Meleto. Meleto ha acusado a "Sócrates" de corruptor de menores (46). "Sócrates" ha demostrado que lo único que él enseñaba era a reconocer la ignorancia. Meleto

44 .- PLATÓN.: *Apología*, 22 e-23 a.

45 .- PLATÓN.: *Apología*, 23 e.

46 .- En la base de toda la acusación se hallaba la idea de que Sócrates había formado a Alcibíades y a Critias. Alcibíades se había pasado durante un tiempo a Esparta, tradicional enemiga de Atenas, poniendo en grave peligro la Polis. Critias, fue el más violento de los oligarcas. Estas cosas no se podían poner de manifiesto por la amnistía del 403-4.

debe, por tanto, tener una idea clara de como debe ser la educación de los jóvenes.

"Sócrates" comienza un interrogatorio a su acusador:

1º.- ¿Quién los hace mejores? (47).

2º.- ¿Es mejor vivir entre los ciudadanos honrados o malvados? (48). Y ¿cómo es posible que él corrompa a los jóvenes?.

3º.- Si ¿hay quien cree que existen cosas propias de la divinidad y no cree en los dioses? (49).

"Sócrates" demuestra con estas preguntas la falta de consistencia de la acusación y eso le lleva a reflexionar nuevamente sobre los "acusadores primeros" (50). Vuelve a insistir en la información como lucha contra el rumor, pidiendo que se le presente a algún joven que ha corrompido (51). La prueba es algo que no resiste el rumor. Asume la sentencia que se va a producir. Pues él va a oponer verdad y destino, contra las calumnias y las envidias. Conoce el mecanismo por el cual puede salvarse, mediante argumentos sensibleros, presentando a sus hijos (52). El rumor, las palabras, se desmontan con una acción: en este caso su muerte.

"Sócrates" es declarado culpable y Meleto pide la pena de muerte, ello no aparece en la obra. "Sócrates" tiene que intervenir proponiendo otra sentencia. "Sócrates" ha aceptado la sentencia y seguira oponiendo verdad a rumor, por ello va a insistir en el reconocimiento de su inocencia y en ser declarado benefactor de Atenas. Primero pide ser alimentado por el pritaneo (53). Posteriormente, ante la insistencia de sus discípulos, pagar de acuerdo a sus recursos económicos una

47.- PLATÓN.: **Apología**, 23 e. Cf. nota 13.

48.- PLATÓN.: **Apología**, 25 b.

49.- PLATÓN.: **Apología**, 27 c.

50.- Id.

51.- PLATÓN.: **Apología**, 33 e.

52.- PLATÓN.: **Apología**, 34 d.

53.- PLATÓN.: **Apología**, 36 d y 37 a.

mina ⁽⁵⁴⁾ y por último, ante la insistencia de sus discípulos, que salen fiadores, 30 minas.

Tras la condena a muerte, "Sócrates" toma nuevamente la palabra y reconstruye el mito de su vida y su muerte:

"Por no esperar un tiempo no largo, atenienses, vais a tener la fama y la culpa, por parte de los que quieren difamar a la ciudad, de haber matado a Sócrates, un sabio. Pues afirmarán que soy sabio, aunque no lo soy, los que quieren injuriaros." ⁽⁵⁵⁾.

Sócrates como nuevo héroe construye un nuevo rumor o mejor dicho lo integra en una $\Gamma\mu\eta$ que adquiere fuerza en $\alpha\theta\omega\iota$ mediante el $\rho\epsilon\theta\omega\iota$.

5.3.- EL CRITON COMO TEORÍA DE LA IMAGEN

"*Lo verdaderamente malo de querer algo es que se lo den, a la vez también, a todo el mundo*". En este proverbio convertía Camilo José Cela Conde aquel que decía que "*lo malo de querer algo es que te lo den*", al comentar la foto de Jeff Werner sobre el lago Havasu (situado en los Estados Unidos de América, entre California y Arizona), donde las aguas rebosan de motoras y veleros en busca de un hueco imposible para la navegación. Un lago en el que caminar sobre las aguas no resulta nada difícil ⁽⁵⁶⁾. Esta metáfora es, en nuestra opinión, lo que podríamos

⁵⁴.- PLATÓN.: **Apología**, 38b-c. Una mina correspondía, desde que Solón cambió el sistema monetario, a 436,6 gramos de plata. Para el sistema monetario Griego, puede verse: MAISCH, R./ POHLHAMMER, F.: **Instituciones Griegas**. Trad., del Alemán de W. ZOTTER. Barcelona, Labor, 1931, pp.97-100.

⁵⁵.- PLATÓN.: **Apología** 38 c .

⁵⁶.- CELA CONDE, Camilo.: Lago Havasu. Maleficio. **El País Semanal**, 72 (1992) 26-27.

considerar el tema central del **Critón**: cómo la imagen no puede depender de todos los sujetos que componen una sociedad, ni puede transmitir todas sus ideas a la vez, sino sólomente alguna determinada.

Critón ha ido a ver a "Sócrates", a transmitirle la noticia de que se encuentra a punto de regresar la nave de Delfos, pues ha sido vista en el cabo de Sunio ⁽⁵⁷⁾, cabo que se encuentra en el vértice sur del Atica ⁽⁵⁸⁾, y a partir de donde comenzaba la navegación de cabotaje hasta el Pireo, por tanto, "Sócrates" va a ser ejecutado.

La introducción, que va desde el inicio **-Critón**, 43 a- a la narración del sueño **-Critón**, 44 b-, nos muestra la tranquilidad y la aceptación de "Sócrates" de la muerte como algo inevitable. Algo que no va a suceder como coincidencia del regreso de la onomástica de Teseo, sino que ésta sucede porque le ha sido revelada en un sueño. Recordemos que en la estructura mítica, el sueño es un espacio intermedio entre los dioses y los hombres. El sueño es el espacio de comunicación intermedio utilizado por los dioses para transmitir su voluntad a los hombres. Por tanto, la muerte y



57.- PLATÓN.: **Critón** 43 d.

58.- Sócrates debía morir a la llegada de la nave, que todos los años viajaba a Delos en conmemoración de la victoria de Teseo sobre el Minotauro, liberando a Atenas del tributo humano que debía pagar a Minos, durante este viaje no se podía ejecutar a ningún reo.

la aceptación de la misma por parte de "Sócrates" es algo que queda claro desde el inicio de la obra. Sin embargo, Critón va a proponerle a "Sócrates" que huya y se salve, ello dará pie a que "Sócrates" exponga el motivo por el que no lo hace. Se convierte así el tema de la huida en una disculpa para repasar los conceptos y los puntos de vista que ambos dieron por buenos durante toda su vida. Este es, según reconocen la mayor parte de los comentaristas, el tema del diálogo. Sin embargo, dejar la cuestión ahí, es, a nuestro modo de entender, no entrar a explicar el motivo por el que se escribe esta obra. Es por ello por lo que, avanzando un paso más, consideramos que la reflexión efectuada en este Diálogo versa sobre el tema de la imagen, y en concreto sobre la imagen pública. En definitiva, baste recordar, como habitualmente se reconoce, que en estos primeros diálogos se trata de marcar las características fundamentales del personaje que con posterioridad utilizará Platón en su obra.

La realidad del suceso no es puesta en duda por la mayor parte de los comentaristas de Platón y así se acepta de una forma acrítica, apelando, en muchos casos a motivos sentimentales, cuando no de una clara toma de partido por el personaje platónico: "Sócrates". A modo de ejemplo transcribimos un comentario que sintetiza a un gran número de ellos:

"Parece fuera de toda duda que Sócrates fue invitado a huir de la prisión y que esta invitación no se limitó a su buen amigo Critón ni a los forasteros citados en 44b. Este propósito, nacido del dolor y la irritación de los discípulos y amigos, debió de encontrar un callado estímulo en el evidente desagrado que muchos atenienses tenían que sentir ante la monstruosidad que, inevitablemente, se iba a producir." (59).

parece poco probable que los ciudadanos de Atenas se sintieran culpables por la condena a muerte de Sócrates, por lo menos hasta haber leído las obras de Platón. No debemos olvidar que Sócrates fue condenado por un jurado formado por unas quinientas personas, en el cual estaban representadas la mayor parte de las "sensibilidades" de los atenienses, y que el mismo Anito, acusador de Sócrates, es uno de los restauradores de la democracia en Atenas e incluso parece igualmente muy probable que ese mismo Anito fuera el que en el año -388 ocupó el importante cargo público de "*sitophilakos*" (encargado de vigilar la venta de trigo) (60). Así mismo

59.- CALONGE, J.: "Introducción al Critón de PLATÓN", en PLATÓN.: **Diálogos I. Apología, Critón, Eutifrón, Ion, Lisis, Cármides, Hippias menor, Hippias mayor, Laques, Protágoras.** Introducción general por Emilio LLEDÓ IÑIGO, trad., y notas por J. CALONGE, E. LLEDO y C. GARCIA GUAL. Madrid, Gredos, 1985, 2reimp., pp.189-192.

60.- Cf., GIANNANTONI, G.: **Che cosa ha veramente detto Socrate.** Roma, Astrolabio-Ubaldini. Trad, Francisco FERNÁNDEZ: **Qué ha dicho verdaderamente Sócrates.** Madrid, Doncel, 1972, p.181.

parece poco probable que tanto él como los discípulos pensasen en la fuga de éste, dado el carácter que nos presenta Platón de Sócrates, que debemos considerar suavizado para su función de personaje. También debemos tener en cuenta, contra la posibilidad de que sus discípulos le plantearan la fuga, su reivindicación en el juicio en la que pedía ser mantenido por el *Pritaneo*. Incluso debemos tener en cuenta un argumento, a nuestro entender más importante, que nos da el propio Platón en boca de Critón y es que los discípulos de Sócrates, de haber querido salvarlo a cualquier precio, podrían haber evitado el juicio:

"Así que yo siento vergüenza, por ti y por nosotros tus amigos, de que parezca que todo este asunto tuyo se ha producido por cierta cobardía nuestra: la instrucción del proceso para el tribunal, siendo posible evitar el proceso,..." (61).

Asímismo reconoce más adelante en la obra (62) que podría haber elegido el destierro con el consentimiento de la ciudad.

Sin embargo, no queremos hacer de esta cuestión un campo de conflicto con tan prestigiosos eruditos, puesto que ello nos parece poco relevante a la hora de realizar una interpretación del texto platónico. Simplemente, se trataría de señalar que a estos efectos se establecen patías y antipatías que, a nuestro entender, enturbian la lectura de los textos y que apelando a una mayor objetividad de los mismos, muchas veces lo que se consigue es traicionarlos. Por ello, insistimos en que, a nuestro objeto, la personalidad de Sócrates e incluso su propia existencia como hombre no nos interesa. Por todo ello volvamos al estudio de la obra platónica.

Los argumentos esgrimidos por Critón no van a apelar a cuestiones de tipo moral para convencer a "Sócrates" de que debe huir y por tanto salvarse, sino que va a exponer elementos relativos a la imagen, a su propia imagen: ¿Qué reputación va a tener él si no emplea su dinero en salvar a su amigo?. ¿Qué pensarán de él el resto de los ciudadanos, si no emplea su patrimonio en salvar a un amigo?. ¿Alguien podría creer que él hizo los esfuerzos necesarios para salvarlo y que fue "Sócrates" mismo el que no quiso escapar? (63).

"Para mí, si tú mueres, no será una sola desgracia, sino que, aparte de verme privado de un amigo como jamás encontraré otro, muchos que no nos

61 .- PLATÓN.: Critón, 45 e

62 .- PLATÓN.: Critón, 52 c.

63 .- Intencionadamente consideramos aquí a Sócrates como un personaje.

conocen bien a ti y mí creerán que, habiendo podido yo salvarte, si hubiera querido gastar dinero, te he abandonado. Y, en verdad, ¿hay reputación más vergonzosa que la de parecer que se tiene en más al dinero que a los amigos? Porque la mayoría no llegará a convencerse de que tú mismo no quisiste salir de aquí, aunque nosotros nos esforzábamos en ello." (64).

"Sócrates" pregunta a Critón por la importancia que tiene la opinión de la mayoría y porque no le es suficiente con la opinión de los más capaces, que son los que conocen la realidad:

"Pero ¿por qué damos tanta importancia, mi buen Critón, a la opinión de la mayoría?. Pues los más capaces, de los que sí vale la pena preocuparse, considerarán que esto ha sucedido como en realidad suceda." (65).

Critón responde a "Sócrates" que la situación en que se encuentran es precisamente debida a la mayoría (66). Pero "Sócrates" niega la mayor considerando que la realidad es que la mayoría "*hacen lo que la casualidad les ofrece*" (67) y no el mal o el bien. ¿A que viene este planteamiento, después de la última intervención en la apología frente a los jueces?. Nos encontramos ineludiblemente ante una obra que debe ser leída en relación con la **Apología**, pues, si en esa primera obra Platón ataca los rumores que sobre él tienen los ciudadanos atenienses, en el **Critón** pretende hacer una nueva imagen de Sócrates como ciudadano ejemplar y demócrata.

Tras esta reflexión, que se encuentra enmarcada dentro de la doctrina ética platónica que entiende la virtud como conocimiento (68) y por tanto como un *Áqoj*, se produce un cambio de tema; se dejan los argumentos generales para pasar a los particulares (69). Critón le plantea a "Sócrates" que tal vez el motivo por el que no acepta su ayuda para huir sea por las dificultades que supone pueden tener sus amigos si son denunciados por los delatores profesionales de la ciudad (70). "Sócrates" reconoce que le preocupa ese problema "*y otras muchas cosas*" (71), por lo que Critón hace un nuevo intento para convencerlo formulándole los argumentos por los que debe fugarse:

64 .- PLATÓN.: **Critón**, 44 b 6-c 5. Cf., también: **Critón**, 45 e.

65 .- PLATÓN.: **Critón**, 44 c 6-9.

66 .- PLATÓN.: **Critón**, 44 d 1-5.

67 .- PLATÓN.: **Critón**, 44 d 10.

68 .- Cf. por ejemplo: **Menón**, 87 d y ss.; **Sofista**, 228 b; **Protágoras**, 345 d-e; **De iusto**, 373 e y ss.; **Protágoras**, 345 b; **Hippias menor**, 372 d-e, 376 a.

69 .- PLATÓN.: **Critón**, 44e 1.

70 .- PLATÓN.: **Critón**, 44 e 1-45 a 4.

71 .- PLATÓN.: **Critón**, 45 a 5.

1. - Se puede comprar por poco dinero a los sicofantes. Incluso puede preparar la fuga algún extranjero de los que están dispuestos a ayudar a Sócrates ("Simias de Tebas, Cebes y otros muchos" de los que no se cita el nombre), con lo que no tendrán que preocuparse por castigo que las leyes de la ciudad determinan para el que ayuda a escapar a un preso.
2. - Sería bien acogido en muchas partes a donde fuera (se cita concretamente Tesalia).
3. - Dejarse morir es ayudar a sus enemigos que han trabajado para destruirlo.
4. - Supone abandonar a sus hijos, dejándoles sin la educación de su padre.

Critón culmina su discurso retornando a los argumentos de la imagen pública, tanto de la suya propia como de la de "Sócrates", ante los atenienses, si este no se salva. Esta vez Critón personalizará el argumento, es decir, recupera el discurso general desde un punto de vista subjetivo:

"Así que yo siento vergüenza, por ti y por nosotros tus amigos, de que parezca que todo este asunto tuyo se ha producido por cierta cobardía nuestra: la instrucción del proceso para el tribunal, siendo posible evitar el proceso, el mismo desarrollo del juicio tal y como sucedió, y finalmente esto, como desenlace ridículo del asunto, y que parezca que nosotros nos hemos quedado al margen de la cuestión por incapacidad y cobardía, así como que no te hemos salvado ni tú te has salvado a ti mismo, cuando era realizable y posible, por pequeña que fuera nuestra ayuda." (72).

"Sócrates" va a esgrimir que ahora no se puede desdecir toda su conducta anterior. Si esto lo trasladamos ahora al presente y al punto de vista publicitario, la continuidad del mensaje se podría definir como la personalidad pública de la marca. Joaquín Lorente lo explica así en el análisis de una campaña de la marca Opel:

"La personalidad pública debe estar presente en la gran campaña institucional, y en una modesta cuña de radio para apoyar una promoción en provincias. En el cartel de veinticuatro metros cuadrados y en el cuarto de página.

No tengo la menor duda que General Motors tiene un completísimo manual de imagen corporativa. El lanzamiento de su marca Opel en España se hizo, entre otras muchas cosas, con un gran despliegue de spots en la televisión

72 .- PLATÓN.: Critón, 45 d 8-46 a 2.

que vendían, con sobriedad alemana, la técnica alemana. Estaban evidentemente, añadiendo una personalidad a cuatro ruedas, un motor y una carrocería.

Pero de repente, pasados bastantes meses, apareció en la televisión un spot de la misma marca, promocionando un modelo utilitario, basado en escenas de humor, novia que está a punto de casarse cargada de tristeza, llega a la iglesia su auténtico amor para raptarla con su Opel, ella sale precipitadamente, coge el coche y se marcha a toda velocidad, dejando al novio titular y al secuestrador con un palmo de narices. Todo ello amenizado con música, efectos y slogan final. Muy divertido.

Pero... ¿qué tiene que ver todo esto con los centenares de millones que antes invirtieron en su sobria técnica alemana?. ¿Cómo ayuda una campaña así a construir la personalidad de Opel?. Existía la imagen corporativa para toda la Compañía, pero licencia para saltársela para los directores comerciales y los publicitarios. Posiblemente se argumentó que aquél era un mercado joven, que la angustia de las ventas requería otro tipo de mensaje. Nada más falso.

Con una buena definición de personalidad pública, se hubiese tratado de vender el utilitario en lenguaje interesante para los jóvenes, presentando el coche como una solución divertida si eso era lo que querían, pero con la personalidad de la marca.

Un individuo con personalidad no se expresa con idénticas palabras ante un consejo de administración, que ante la portera de su casa para pedirle que por favor vaya a comprarle el diario, o hablando con sus vendedores. Cambia la sintonía de onda para comunicarse lo mejor posible con cada uno de ellos, pero siempre es él, mantiene unas características que hace que todos, cada uno por separado, puedan describirlo como un ejemplar humano con una personalidad característica." (73).

Así ve Joaquín Lorente, director de Lorente-Mussons, una de las empresas publicitarias más importantes del país, la necesidad de toda marca de establecer una personalidad pública (un *Áqoj*), como más importante que unos resultados de ventas inmediatos.

En 1990 los resultados de ventas de la casa Citröen no eran los más óptimos. Con la introducción en el mercado de los modelos ZX y AX, se elevaron las ventas espectacularmente. Sin embargo, desde el punto de vista publicitario, la marca Citröen ha llevado dos campañas paralelas; por una parte, un spot en el que un Citröen ZX aparece en una historia de detectives, en la cual las ideas fundamentales que se expresan son las de rapidez, seguridad y aventura. Y por otra, la del AX, en que las ideas son las de utilitario, juvenil, intrépido, con el slogan de "*genial*". Estas tres ideas no corresponden a la campaña realizada por el equipo técnico. Así este desfase hace que el gran tirón tanto del ZX como del AX, no pueda ser

⁷³ .- LORENTE, Joaquín.: **Casi todo lo que sé de publicidad**. Barcelona, Folio, 1991, 7ed., pp.32-33.

aprovechado para la promoción de otros modelos Citroën. Incluso, podríamos decir, aún a riesgo de ser un poco osados sin el estudio de campo necesario, que pocos telespectadores podrían identificar los dos modelos como de la misma marca. Independientemente de que puedan desarrollar campañas puntuales que obtengan buenos resultados en otros modelos, no se crea una imagen de marca.

Este va a ser el tema de discusión que se va a establecer entre "Sócrates" y Critón; si se puede tomar una decisión puntual que va contra toda la imagen pública anterior de "Sócrates" o no:

"Los argumentos que yo he dicho en tiempo anterior no los puedo desmentir ahora porque me ha tocado esta suerte, más bien me parecen ahora, en conjunto, de igual valor y respeto, y doy mucha importancia a los mismos argumentos de antes." (74).

Tras establecer que no se puede contradecir la tradición, el $\rho\epsilon\kappa\omicron\upsilon\upsilon$, que le ha llevado a tener la imagen pública de "Sócrates", el $\tilde{\alpha}\kappa\omicron\upsilon\upsilon$, se pasa a determinar si se deben estimar todas las opiniones igualmente. Si son todas las opiniones las que crean la imagen pública o no. "Sócrates" acuerda con Critón que no se puede hacer por igual caso a todos, sino a los más sabios. Si un gimnasta se dedica a escuchar la opinión de las masas y no de su médico o entrenador, éste terminará dañando su cuerpo (75). Tras este argumento, Platón introduce un giro importante en el diálogo: "*no hay que considerar lo más importante el vivir, sino el vivir bien*" (76). En definitiva, y aunque unas líneas más abajo Platón moraliza la cuestión, se está planteando el mismo tema que discutía Lorente sobre la necesidad de una imagen pública de marca independientemente de los avatares del mercado, es decir, la necesidad de no dejarse guiar por los resultados inmediatos y sí por la continuidad que es la que permite establecer un $\tilde{\alpha}\kappa\omicron\upsilon\upsilon$. Desde otro punto de vista, podemos encontrar analizado este mismo tema en los primeros capítulos de **La cultura norteamericana contemporánea** de Marvin Harris, donde se señalan las causas de la crisis industrial de los Estados Unidos de América que se van unidas a la aparición de los *oligopolios* (grandes empresas diversificadas), en el alejamiento de los trabajadores del producto final y en el nuevo tipo de gerentes empresariales, que ya no pertenecen al sector productivo (como anteriormente lo eran los ingenieros), sino que provienen del sector

74.- PLATÓN.: Critón, 46 b 7-46 c 2.

75.- PLATÓN.: Critón, 47 a y ss.

76.- PLATÓN.: Critón, 48 b.

financiero ⁽⁷⁷⁾. Todo ello determina que se busque un interés inmediato, con lo cual, al cabo de un tiempo se produce la crisis de la industria y el consabido cierre. Desde la terminología que venimos utilizando podríamos decir que el **paῖoj** no determina un **ἄqoj**, con lo cual el consumidor no puede interiorizarlo y por tanto ser fiel a un producto.

Por todo ello, volviendo a la Atenas de principios del siglo -IV, "Sócrates" va a repasar los argumentos que han regido toda su vida, lo que supone trazar un **paῖoj**, y si han sido dados por buenos para ella, si la conducta que le propone Critón encaja con ellos. Reafirma que en ningún caso hay que hacer el mal voluntariamente y que cometer injusticia es malo y vergonzoso para el que la comete y que no se puede devolver la injusticia con injusticia ⁽⁷⁸⁾.

Tras establecer todo esto, Platón retoma el tema de la imagen. Si huye sin convencer a la ciudad, supone no cumplir las cosas que ha venido defendiendo y que son conocidas de los atenienses y traicionar aquello que han establecido ambos como justas, por tanto su imagen pública al no seguir esa trayectoria se deteriorará.

"Sócrates.- Digo lo siguiente, más bien pregunto: ¿las cosas que se ha convenido con alguien que son justas hay que hacerlas o hay que darles una salida falsa?.

Critón.- Hay que hacerlas.

Sócrates.- A partir de esto, reflexiona. Si nosotros nos vamos de aquí sin haber persuadido a la ciudad ¿hacemos daño a alguien y, precisamente, a quien menos se debe, o no?. ¿Nos mantenemos en lo que hemos acordado que es justo, o no?.

Critón.- No puedo responder a lo que preguntas, Sócrates; no lo entiendo." ⁽⁷⁹⁾.

Critón dice no entender el planteamiento de "Sócrates", lo cual será utilizado por Platón estilísticamente para explicar la naturaleza del pacto que se presentaba en el párrafo anterior, en que establecía que las cosas que se acordaban como justas con alguien había que cumplirlas. En términos actuales, Sartori señala como una de las condiciones para la democracia

⁷⁷ .- HARRIS, Marvin.: **America Now: The Anthropology of a Changing Culture**. Nueva York, Simón & Schuster, 1981. Trad., de J. OLIVER SÁNCHEZ-FERNÁNDEZ: **La cultura norteamericana contemporánea. Una visión antropológica**. Madrid, Alianza, 1984, especialmente de la página 19 a 84.

⁷⁸ .- PLATÓN.: **Critón**, 49a 4-49e 4.

⁷⁹ .- PLATÓN.: **Critón**, 49 e 5-50 a 5.

capitalista el ordenamiento jurídico que es el que asegura la certidumbre (80).

Platón necesita introducir la personificación de las Leyes de la ciudad para evitar el subjetivismo que de otra manera se ocasionaría. Si Platón no presenta un ente objetivo, con el cual se discuta y sea el que platee las cuestiones parecerá que se presenta la opinión de "Sócrates" contra la opinión de Critón. "Sócrates" va a exponer su comportamiento de nuevo y como si escapara, dará la razón a todos los que le acusaban. Que, en definitiva, si huyera, iría contra su imagen pública, dando argumentos a sus enemigos. Platón necesita introducir a las Leyes porque, de no ser así, parecería que le importaran las opiniones de la mayoría. Con la introducción de esta personificación Platón pretende objetivar las opiniones, pudiendo equipararlas a las de "*los más capaces*".

El planteamiento de Platón es el siguiente: si "Sócrates" se fuga, lo que pondrá en cuestión no será una acción injusta, sino que pondrá en duda todo el sistema legal y el ser mismo de la ciudad:

"...¿No es cierto -le dicen las leyes- que, por medio de esta acción que intentas, tienes el propósito de destruirnos a nosotras y a toda la ciudad?. ¿Te parece a ti que puede aún existir sin arruinarse la ciudad en la que los juicios que se producen no tienen efecto alguno, si no que son invalidados por particulares y quedan anulados?...." (81).

Platón discute la sentencia y la considera equivocada, pero no pone en tela de juicio las leyes y la propia ciudad. Es por ello por lo que consideramos equivocada la interpretación de Popper (82).

Las leyes le han dado a "Sócrates" la vida, pues permitieron el matrimonio de sus padres. Por ellas fue criado y educado (83). Han

80 .- Sartori señala como una de las características de las democracias occidentales capitalistas el mercado y que las condiciones para que podamos hablar de un auténtico mercado son: el ordenamiento jurídico (base de la certidumbre), los empresarios (que deben ser distinguidos de los traficantes), y los banqueros (que deben ser igualmente distinguidos de los usureros). SARTORI, G.: "Democracia y mercado", Claves de la razón Práctica, 30 (Madrid, 1993), p.9 y ss.

81 .- PLATÓN.: Critón, 50 a 9-b 5.

82 .- Aunque estamos de acuerdo en gran parte con la interpretación de Popper, quien ve claramente en Platón una teoría de la propaganda, no compartimos la interpretación totalitaria de Platón, fundamentalmente por dos motivos: el primero es que la propaganda es uno de los elementos fundamentales de la "sociedad abierta" y el segundo, precisamente este punto aludido, que Platón siempre es respetuoso con las leyes y aboga por su cumplimiento. POPPER, Karl.: **The Open Society and its Enemies**. Pricenton, University Press, 1950. Trad., esp., Eduardo LOEDEL: **La Sociedad Abierta y sus enemigos**. Barcelona, Paidós, 1982, 2ªed., pp.23-267.

83 .- PLATÓN.: Critón, 50d y 51c.

permitido sus derechos ciudadanos. Las leyes mismas le han dejado libertad para ir a otra ciudad si no estaba de acuerdo con ellas ⁽⁸⁴⁾. Y por último, las leyes mismas le permitían ir al destierro si "Sócrates" hubiese querido. Es decir: ¿Qué significado tendría en estos momentos huir?. Es por ello que escapar supondría no cuestionar todas las leyes y el propio sistema democrático, sino perder la propia imagen, es decir, no ser. Las leyes son en definitiva lo que garantiza el *πῆξις* que a su vez permite el *ἄξις*. Sin ellas no sería posible formar nuestro carácter y nuestra propia imagen. Sin las leyes no podríamos ser *reconocidos* como ciudadanos.

⁸⁴.- Sócrates, según PLATÓN, **Apología** 28c, no había salido de Atenas, más que para las campañas militares en servicio a la ciudad.